

**JULGAMENTO FICHA DE AVALIAÇÃO - EQUIPE TÉCNICA**

Empresa: **A**

**ENVELOPE N.º 01 - CADERNO NÃO IDENTIFICADO**

**JULGADOR:** Daniel G. Cota    Fernanda C. A. Silva    Roberto C. G. Nascimento

| QUESITOS   | ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA   | PONTUAÇÃO   | PONTUAÇÃO   | PONTUAÇÃO   | MÉDIA        |
|--|---|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>  |   |             |             |             |              |
| <b>1 - RACIOCÍNIO BÁSICO</b> Texto de até 04 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a CMSGRA e entendimento.   | a) Das características da CMSGRA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. <b>Máximo 05 pontos.</b>               | 3,5         | 3,5         | 3,5         | 3,5          |
|  | b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 05 pontos.</b>   | 4,0         | 4,0         | 4,5         | 4,17         |
|  | c) Do papel da CMSGRA no atual contexto social, político e econômico. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 4,0         | 4,0         | 4,0         | 4,0          |
|  | d) Do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 2,5         | 2,0         | 2,5         | 3,33         |
|  | <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)</b>  | <b>14,0</b> | <b>13,5</b> | <b>14,5</b> | <b>15,00</b> |
| <b>2- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b> Texto de até quatro laudas em que a licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da CMSGRA. | a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da CMSGRA, conforme <i>briefing</i> . <b>Máximo 05 pontos.</b>                  | 2,0         | 2,5         | 2,0         | 2,17         |
|  | b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 2,5         | 3,0         | 2,5         | 2,67         |
|  | c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 04 pontos.</b>                                 | 2,0         | 2,5         | 2,5         | 2,33         |
|  | d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>             | 2,0         | 2,0         | 2,0         | 2,0          |
|  | e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 2,0         | 2,5         | 2,5         | 2,33         |
|  |   | <b>12,5</b> | <b>12,5</b> | <b>11,5</b> | <b>11,5</b>  |
| <b>3) IDÉIA CRIATIVA</b> Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.  | a) Adequação ao problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 2,0         | 2,0         | 2,0         | 2,0          |
|  | b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>                            | 2,0         | 2,0         | 2,0         | 2,0          |
|  | c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 1,5         | 1,5         | 2,0         | 1,67         |
|  | d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 2,0         | 2,0         | 1,5         | 1,83         |
|  | e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 2,0         | 2,0         | 1,5         | 1,83         |
|  | f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela CMSGRA e sua inserção na sociedade. <b>Máximo 01 ponto.</b>   | 0,8         | 0,8         | 0,6         | 0,73         |

|   |   |      |       |       |       |
|---|---|------|-------|-------|-------|
|   | g) Os desdobramentos comunicativos que enseje, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. <b>Máximo 01 ponto.</b>                 | 0,8  | 0,8   | 0,6   | 0,73  |
|   | h) A exequibilidade das peças. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 1,0  | 1,5   | 1,2   | 1,23  |
|   | i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. <b>Máximo 01 ponto.</b>  | 0,8  | 0,5   | 0,6   | 0,48  |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)</b>  |   | 12,9 | 13,10 | 12,0  | 12,5  |
| <b>4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b><br>Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atuar e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing. | a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. <b>Máximo 02 pontos.</b>  | 1,0  | 1,0   | 1,0   | 1,0   |
|   | b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 1,0  | 1,0   | 0,8   | 0,93  |
|   | c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. <b>Máximo 02 pontos.</b>                     | 1,0  | 1,0   | 0,8   | 0,93  |
|   | d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 2,5  | 2,0   | 1,5   | 2,0   |
|   | e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. <b>Máximo 03 pontos.</b>               | 1,0  | 1,5   | 2,0   | 1,5   |
|   | f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 1,0  | 1,5   | 1,0   | 1,17  |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)</b>  |   | 7,5  | 8,0   | 7,1   | 7,53  |
| <b>Nota total</b>   |   | 46,9 | 46,5  | 45,10 | 46,53 |

*Daniel Guimarães Cota*

*Fernanda*

*Roberto*

Daniel Guimarães Cota

Fernanda Cristina de Assis Silva

Roberto Carlos Gonçalves Nascimento

Subcomissão Técnica

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

**JULGAMENTO FICHA DE AVALIAÇÃO - EQUIPE TÉCNICA**

Empresa: **B**

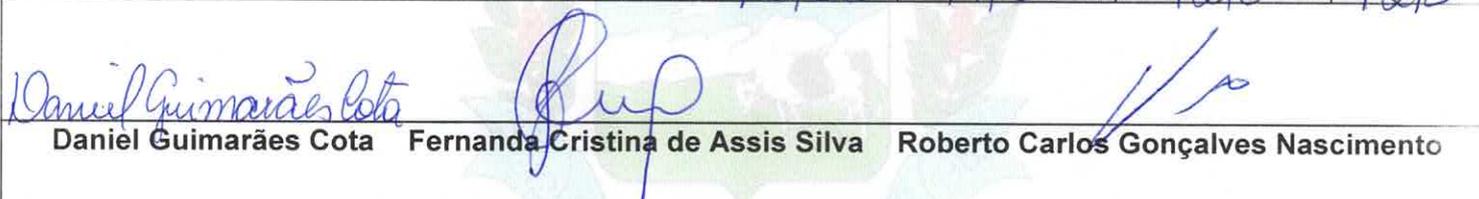
**ENVELOPE N.º 01 - CADERNO NÃO IDENTIFICADO**

| QUESITOS   | ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA   | JULGADOR:   | Daniel G. C. | Fernanda C. Assis | Roberto C. G. N. | MÉDIA       |
|--|---|-------------|--------------|-------------------|------------------|-------------|
|  |   |             | PONTUAÇÃO    | PONTUAÇÃO         | PONTUAÇÃO        |             |
| <b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>  |   |             |              |                   |                  |             |
| <b>1 - RACIOCÍNIO BÁSICO</b> Texto de até 04 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a CMSGRA e entendimento.   | a) Das características da CMSGRA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. <b>Máximo 05 pontos.</b>               | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
|  | b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 05 pontos.</b>   | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
|  | c) Do papel da CMSGRA no atual contexto social, político e econômico. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
|  | d) Do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)</b>   |   | <b>20</b>   | <b>20,0</b>  | <b>20,0</b>       | <b>20,0</b>      | <b>20,0</b> |
| <b>2- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b> Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da CMSGRA. | a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da CMSGRA, conforme <i>briefing</i> . <b>Máximo 05 pontos.</b>                  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
|  | b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              | 5,0         |
|  | c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 04 pontos.</b>                                 | 4,0         | 4,0          | 4,0               | 4,0              | 4,0         |
|  | d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>             | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |
|  | e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |
|  |   | <b>20,0</b> | <b>20,0</b>  | <b>20,0</b>       | <b>20,0</b>      | <b>20,0</b> |
| <b>3) IDÉIA CRIATIVA</b> Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.  | a) Adequação ao problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |
|  | b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>                            | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |
|  | c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 2,5         | 2,0          | 2,0               | 1,83             | 1,83        |
|  | d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |
|  | e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              | 3,0         |

*10*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

|  |   |              |             |             |             |
|--|---|--------------|-------------|-------------|-------------|
|  | f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela CMSGRA e sua inserção na sociedade. <b>Máximo 01 ponto.</b>                                 | 1,0          | 1,0         | 1,0         | 1,0         |
|  | g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. <b>Máximo 01 ponto.</b>                 | 1,0          | 1,0         | 1,0         | 1,0         |
|  | h) A exequibilidade das peças. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 2,0          | 1,5         | 2,0         | 1,83        |
|  | i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. <b>Máximo 01 ponto.</b>  | 1,0          | 1,0         | 1,0         | 1,0         |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)</b>   |   | <b>19,5</b>  | <b>18,5</b> | <b>19,0</b> | <b>19,0</b> |
| <b>4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</b><br>T... de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing. | a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. <b>Máximo 02</b>  | 2,0          | 2,0         | 2,0         | 2,0         |
|  | b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 2,0          | 2,0         | 2,0         | 2,0         |
|  | c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. <b>Máximo 02 pontos.</b>                     | 1,5          | 1,5         | 1,8         | 1,6         |
|  | d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 2,5          | 2,0         | 2,5         | 2,3         |
|  | e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. <b>Máximo 03 pontos.</b>               | 3,0          | 3,0         | 3,0         | 3,0         |
|  | f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 2,5          | 2,8         | 2,5         | 2,6         |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)</b>   |   | <b>13,5</b>  | <b>13,3</b> | <b>13,8</b> | <b>13,5</b> |
| <b>Nota total</b>  |   | <b>73,00</b> | <b>71,8</b> | <b>72,8</b> | <b>72,5</b> |
|   |   |              |             |             |             |
| <b>Subcomissão Técnica</b>   |   |              |             |             |             |





**JULGAMENTO FICHA DE AVALIAÇÃO - EQUIPE TÉCNICA**

Empresa:   e  

**ENVELOPE N.º 01 - CADERNO NÃO IDENTIFICADO**

| QUESTOS  | ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA   | JULGADOR:   | Daniel G. C. | Fernanda C. Assis | Roberto C. G. N. | MÉDIA |
|--|---|-------------|--------------|-------------------|------------------|-------|
|  |   |             | PONTUAÇÃO    | PONTUAÇÃO         | PONTUAÇÃO        |       |
| <b>PLANO DE COMUNICAÇÃO</b>  |   |             |              |                   |                  |       |
| <b>1 - RACIOCÍNIO BÁSICO</b> Texto de até 04 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a CMSGRA e entendimento.   | a) Das características da CMSGRA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. <b>Máximo 05 pontos.</b>               | 3,0         | 4,0          | 3,5               | 3,5              |       |
|  | b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 05 pontos.</b>   | 4,0         | 4,0          | 3,5               | 3,83             |       |
|  | c) Do papel da CMSGRA no atual contexto social, político e econômico. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 4,0         | 4,0          | 4,0               | 4,0              |       |
|  | d) Do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 5,0         | 5,0          | 4,0               | 4,67             |       |
| <b>SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)</b>   |   | <b>16,0</b> | <b>17,0</b>  | <b>15,0</b>       | <b>16,0</b>      |       |
| <b>2- ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b> Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da CMSGRA. | a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da CMSGRA, conforme <i>briefing</i> . <b>Máximo 05 pontos.</b>                  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              |       |
|  | b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. <b>Máximo 05 pontos.</b>  | 5,0         | 5,0          | 5,0               | 5,0              |       |
|  | c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da CMSGRA com seus públicos. <b>Máximo 04 pontos.</b>                                 | 4,0         | 4,0          | 4,0               | 4,0              |       |
|  | d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>             | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              |       |
|  | e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              |       |
|  |   | <b>20,0</b> | <b>20,0</b>  | <b>20,0</b>       | <b>20,0</b>      |       |
| <b>3) IDÉIA CRIATIVA</b> Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.  | a) Adequação ao problema específico de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              |       |
|  | b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b>                            | 2,0         | 2,5          | 2,5               | 2,33             |       |
|  | c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              |       |
|  | d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 3,0         | 3,0          | 3,0               | 3,0              |       |
|  | e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. <b>Máximo 03 pontos.</b>  | 2,5         | 3,0          | 3,0               | 2,83             |       |

|   |     |     |     |      |
|---|-----|-----|-----|------|
| f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela CMSGRA e sua inserção na sociedade. <b>Máximo 01 ponto.</b>                 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0  |
| g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. <b>Máximo 01 ponto.</b> | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0  |
| h) A exequibilidade das peças. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 1,5 | 1,8 | 1,8 | 1,7  |
| i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. <b>Máximo 01 ponto.</b>  | 0,8 | 1,0 | 1,0 | 0,93 |

**SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)**

|      |      |      |      |
|------|------|------|------|
| 17,8 | 19,3 | 19,3 | 18,8 |
|------|------|------|------|

**4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA**  
de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.

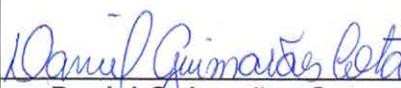
|   |     |     |     |      |
|---|-----|-----|-----|------|
| a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. <b>Máximo 02 pontos.</b>  | 1,0 | 1,5 | 1,0 | 1,6  |
| b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. <b>Máximo 02 pontos.</b>   | 1,0 | 1,8 | 1,0 | 1,26 |
| c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. <b>Máximo 02 pontos.</b>                     | 1,8 | 1,8 | 2,0 | 1,86 |
| d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da CMSGRA. <b>Máximo 03 pontos.</b> | 2,5 | 1,8 | 2,0 | 2,1  |
| e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. <b>Máximo 03 pontos.</b>               | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 3,0  |
| f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. <b>Máximo 03 pontos.</b>   | 2,5 | 2,8 | 3,0 | 2,76 |

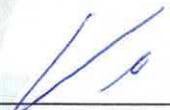
**SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)**

|      |      |      |       |
|------|------|------|-------|
| 11,8 | 12,7 | 12,0 | 12,58 |
|------|------|------|-------|

**Nota total**

|      |      |      |       |
|------|------|------|-------|
| 65,6 | 69,0 | 66,3 | 67,38 |
|------|------|------|-------|





**Daniel Guimarães Cota    Fernanda Cristina de Assis Silva    Roberto Carlos Gonçalves Nascimento**

**Subcomissão Técnica**



